

Steeds vaker leest men Engelse zinsconstructies waar de bezitter van een produkt of een eigenschap voor het zelfstandig naamwoord staat. Artikelen over informatica, economie en zelfs sport pronken met leenwoorden als **processor**, **mountainbike** en **buyout**. Licht het aan de luiheid van de journalist? Haalt de drang naar exotisme het of trakteert de letterknecht zich op enkele intellectuele souvenirs? Als de journalist de connotaties bij het gebruikte leenwoord niet uit het oog verliest, hoort dit bij 's mans stijl en dan is er dus geen vuiltje aan de lucht. **Hype**, **cash**, **boycot**, **embargo** en **company** zijn slechts enkele voorbeelden. Niemand zal de Nederlandse taal deze verrijking willen ontzeggen, maar de journalist mag natuurlijk niet verwachten dat de lezer tevreden is met **pidgin** Engels. Alleen hoe moet dat dan wanneer de schrijver vertrekt van een Engels persbericht met ogenschijnlijk onvertaaltbare woorden?

De **stijlboeken** van **United Press International** (UPI) en **Associated Press** (AP) kunnen de Nederlands-talige journalist hierbij ongetwij-

feld helpen. Bovendien vormen de twee stijlboeken een interessant hulpmiddel om de structuur van de persberichten beter te doorgronden. Ook als verklarend woordenboek is een stijlboek zeer praktisch omdat het ook eigennamen, spel fouten en spelregels bevat. Zo raden beide stijlboeken bijvoorbeeld af om **ghetto** te gebruiken omdat dit op een officieel huisvestingsbeleid wijst terwijl **section**, **district**, **slum**, **area** of **quarter** accurater zijn. Soms zegt de naam van de wijk meer dan genoeg, zoals bij **Harlem** of **Watts**.

Naast de alfabetische lijst met richtlijnen voor de spelling, afkortingen, interpunctie en gebruik, bevatten beide boeken nog aparte hoofdstukken met mini-stijlboeken voor financieel nieuws en sport. Het gedeelte met de alfabetische lijsten valt te vergelijken met het stijlboek van **de Volkskrant**. In tegenstelling tot dit laatste boek bieden de stijlboeken van AP en UPI meer dan een alfabetische opsomming van valstrikken. Zowel AP en UPI namen een – weliswaar bijna identieke – bibliografie op. In het stijlboek van UPI worden de stijl

voor **print** (geschreven pers) en de stijl voor **broadcast** (audiovisuele media) nog eens apart onder de loep genomen. Het omvangrijke juridische hoofdstuk in het stijlboek van AP heeft voor een Nederlandse journalist minder praktisch nut, maar voor een correspondent in de Verenigde Staten is deze kennis toch altijd leuk meegenomen.

Voor de redacties sport en financiën zullen de verklaringen bij dubbelzinnige woorden als **yield**, **short**, **rollover**, **spot price**, **bear market** en **blue chips** erg op prijs stellen. Journalisten met toegang tot de elektronische diensten van CompuServe kunnen de persberichten van UPI en AP trouwens zonder extra kosten lezen. Naast Business Wire maken AP en UPI deel uit van de basisdiensten. (Voor Reuters dient wel betaald te worden.) Enige vertrouwde met stijl en visie komt uiteraard altijd van pas. Buiten CompuServe vindt een handige jongen AP en UPI ook op sommige universitaire netwerken. Let wel: vrije toegang betekent niet vrij van auteursrechten.

Ondanks de kleine inhoudelijke verschillen is het stijlboek van UPI

handiger omdat het ook in elektronische vorm bestaat. UPI gaf de maker van een pakket hulpmiddelen voor tekstverwerkingsprogramma's de toestemming om haar stijlboek te bundelen. Het **UPI Stylebook** is trouwens het enige van de twee die bij Europese boekhandels verkocht wordt. Het duurt wel een kleine maand om het boek te bestellen. Het **Associated Press Stylebook and Libel Manual** daarentegen kan uitsluitend bij AP in New York besteld worden en is uiterlijk minder verzorgd. □

Lode Goukens

UPI Stylebook. (derde druk). National Textbook Company; \$12,95. ISBN 0 8442 5337 5

Norm Goldstein: The Associated Press Stylebook and Libel Manual. (27ste druk). The Associated Press; \$7,75 (journalistenprijs) of \$9,75 (gewone prijs) plus \$6,90 verzendingskosten. ISBN 0 917360 09 5. Bestellingen bij Julie Diamond, 50 Rockefeller Plaza, New York, NY 10020, Tel: (1)212 6211507.

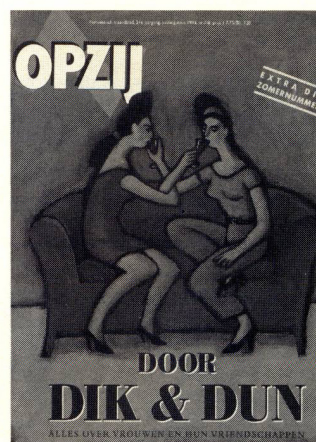
Easily put down

Joke Hermes promoveerde onlangs op een Engelstalig proefschrift dat door een Britse uitgever in handelseditie uitgebracht zal worden. Hoe krijgen vrouwenbladen betekenis voor lezeressen en lezers in het leven van alledag? Zo luidde de centrale onderzoeksvraag. Een vraagstelling die doet vermoeden dat die betekenis er is. Maar na lezing van het nogal redundante werkstuk van Hermes moet geconcludeerd worden dat 'betekenis' hier opgevat moet worden als 'rol'. Het al te makkelijk gebruik van termen wrekt zich ook in constatering: 'De toenemende rationaliteit van politiek en produktie bracht in de eerste helft van deze eeuw het fascisme.' Toch is **Easily put down** een verdienstelijk onderzoek omdat het de damesbladen eens een keer niet vanuit het dogmatisch feministisch perspectief bekijkt dat ons wil doen geloven dat Margriet en Libelle een kwalijke rolbevestigende functie vervullen en verstandige meisjes transformeren tot domme huisvrouwen. Hermes doet in elk geval een poging met een paar niet ideologisch bepaalde conclusies te komen.

Op basis van tientallen gesprekken met lezers van vrouwenbladen

stelt Hermes vast dat tachtig procent van die lezers niets over het door hen gelezen blad kunnen vertellen. 'Lezers vinden het lezen van vrouwenbladen niet bijzonder belangrijk of veelbetekenend.' Huisvrouwen lezen graag tijdschriften omdat je ze makkelijk weglegt als de kinderen om aandacht vragen en carrièrevrouwen lezen tijdschriften om geen spannende romans te lezen die het risico met zich meebrengen dat je er te lang in doorleest. Mannelijke lezers daarentegen brengen de ironie in stelling om aan te geven dat ze niet met vrouwenbladen vereenzelvigd kunnen worden. Over roddelbladen zijn vrouwen enthousiaster dan over andere tijdschriften en homoseksuelen gebruiken Story en Weekend als 'sociaal betaalmiddel'. Roddelbladen vallen voor hen onder 'camp', het toekennen van waarde aan zaken, ideeën en personen die in de heterowereld of in de wereld van de goede smaak geen plaats hebben. Camp onderscheidt zich van ironie door de hechte band met het besprokene, terwijl ironie juist afstand schept.

Het is niet bon ton om vrouwenbladen te citeren terwijl miljoenen ze lezen. Behalve de traditionele vrouwenbladen in Engeland en Ne-



derland, betrof Hermes ook feministische uitgaven als Spare Rib en Opzij (Out of the way) in haar onderzoek. Haar stelling dat vrouwentijdschriften meer respect verdienen, blijft onbeargumenteerd omdat ze eerder aangeeft dat ze in tijden van crisis weinig steun bieden, zelfs teleurstellende gevoelens genereren. Ik kreeg hier spottaan de associatie met marshmallows, schuimpjes die je tot buikpijnens toe blijft eten.

Opvallend is dat Opzij-lezers niet door het feminisme gedreven zeggen te zijn. Hermes interviewde Engelse en Nederlandse lezers en stelde vast dat artikelen niet onthouden worden en niet uitdagen tot reflectie. Wel worden handige weetjes zo vaak herhaald dat ze

een rol spelen in dagelijkse gesprekken. Bijna nooit wisten lezers iets bijzonders over het door hen geconsumeerde blad te vertellen (hetgeen tot vervelends toe door Hermes gereleveerd wordt).

De quotes van gesprekken geven aan dat lezers zich vaak in tijdschriftartikelen herkennen en er daarom waarde aan hechten, ook als ze denken dat de verhalen verzonden zijn. Door die identificatie wordt het lezen van vrouwenbladen nogal eens vergeleken met zelfhulpboeken, whatever that may be! Mannen zijn wat sceptischer dan vrouwen, zeggen ze. Een van Hermes' respondenten was haar moeder. 'Personally, it has brought us closer than we were.'

De waarde van roddel wordt door een lezeres kernachtig samengevat: in elk verhaal steekt een vorm van waarheid. Easily put down geeft aan dat vrouwenbladen gelezen worden omdat ze ook weer zo makkelijk op te pakken zijn. □

Hans Renders

Joke Hermes, *Easily put down*. Women's magazines, readers, repertoires and everyday life, 257 pagina's (handelseditie verschijnt bij Polity Press, Cambridge).